

FÜR GESCHÄFTSFÜHRUNG & KAUFMÄNNISCHE LEITUNG

Der versteckte **EBIT-** **Hebel** im Einkauf

Warum der industrielle Mittelstand strukturell über Marktpreis zahlt
und wie sich dieses Ergebnis in einer Woche sichtbar machen
lässt.

250+

REALISIERTE
EINKAUFSPROJEKTE

100+

WARENGRUPPEN
IM BENCHMARK

>1 Mio.

EURO Ø
EINSPARUNG
ÜBER ALLE
PROJEKTE

7 Tage

BIS ZUM BELEGTEN
ERGEBNIS

WORUM ES GEHT

Millionen an Ergebnis liegen im Einkauf. Sie sind nur unsichtbar.

In fast jedem produzierenden Mittelständler zahlt der Einkauf über Marktpreis, ohne dass es jemand sieht. Nicht wegen schlechter Arbeit, sondern weil kein Unternehmen für sich allein weiß, was vergleichbare Betriebe für dieselbe Warengruppe heute zahlen.

Dieses Briefing zeigt in sechs Prinzipien, wo dieses Geld liegt, warum es dort liegt und wie es sich belegbar heben lässt.

-
- 01 Auch ein sauber geführter Einkauf zahlt über Markt**
Der Widerspruch, den fast jede Geschäftsführung kennt
 - 02 Den entscheidenden Vergleich kann Ihr Haus nicht selbst erzeugen**
Woher die Marktdaten wirklich kommen
 - 03 Das Geld versteckt sich an wenigen, immer gleichen Stellen**
Die vier typischen Fundorte
 - 04 Der firmenübergreifende Vergleich ist erst seit Kurzem praktikabel**
Warum ausgerechnet jetzt
 - 05 Ihr Risiko ist strukturell begrenzt, nicht nur behauptet**
Was der Vertrag garantiert und was nicht
 - 06 Jeder gesparte Euro wirkt eins zu eins aufs EBIT**
Die kaufmännische Konsequenz
-

01

PRINZIP EINS

Auch ein sauber geführter Einkauf zahlt über Markt

Der Einkauf arbeitet gut. Die großen Warengruppen sind hart verhandelt, die wichtigen Lieferanten kennt man seit Jahren, die Konditionen wurden zuletzt nachverhandelt. Und trotzdem bleibt dieses Gefühl: An irgendeiner Stelle zahlen wir mehr als nötig. Nur an welcher, in welcher Höhe, bei welchem Lieferanten?

Dieses Gefühl täuscht selten. Und der Grund liegt nicht in der Leistung Ihres Teams, sondern in einer Grenze, die jeder Einkauf hat: Er kann nur so gut verhandeln, wie seine Vergleichsbasis reicht. Und diese Basis endet an der Grenze des eigenen Hauses.

Ein Beispiel macht das greifbar. Ein Einkäufer verhandelt eine Komponente auf einen aus seiner Sicht sehr guten Preis. Drei Angebote eingeholt, das günstigste genommen, den Lieferanten gedrückt, der Fall gilt als abgeschlossen. Was er nicht sehen kann: Ein vergleichbarer Betrieb kauft dasselbe Teil, in ähnlicher Menge und Qualität, deutlich günstiger. In einem dokumentierten Projekt lag dieser Unterschied **im dreistelligen Euro-Bereich pro Komponente** und summierte sich über die Stückzahl einer einzigen Warengruppe auf einen **sechststelligen Betrag im Jahr**.¹

1 Quelle: anonymisiertes Kundenprojekt, Synprocure-Projektdatenbank.

Der Einkäufer hat keinen Fehler gemacht. Ihm fehlte der Bezugspunkt von außen.

Genau davon handeln die folgenden fünf Prinzipien. Es geht nicht darum, härter zu verhandeln, sondern darum, den Vergleich zu bekommen, den heute kein Mittelständler allein hat.

02

PRINZIP ZWEI

Den entscheidenden Vergleich kann Ihr Haus nicht selbst erzeugen

Die naheliegende Antwort lautet: Dann schauen wir eben ins ERP. Doch das ERP zeigt Zahlen, keine Antworten. Es weiß, was Sie bei welchem Lieferanten bestellt haben. Es weiß nicht, ob dieser Preis gut oder schlecht ist, weil ihm der Vergleich zu allen anderen fehlt.

Ein echter Marktvergleich auf Warengruppenebene braucht drei Dinge, die kein einzelnes Unternehmen aus sich heraus hat:

- **Die realen Preise vieler anderer.**

Was ein vergleichbarer Betrieb heute zahlt, steht in keinem öffentlichen Index. Es liegt verteilt in den Bestelldaten hunderter Unternehmen.

- **Vergleichbarkeit auf der richtigen Ebene.**

Warengruppe gegen Warengruppe, Lieferantentyp gegen Lieferantentyp, kein grober Durchschnitt über alles.

■ Die Übersetzung des eigenen Datenchaos.

Im Einkauf steht dasselbe Produkt oft unter sieben verschiedenen Bezeichnungen. Erst sauber zugeordnet, dann vergleichbar.

Die Frage, die an dieser Stelle jeder Entscheider stellt, ist berechtigt: Woher kommt diese Vergleichsbasis? Sie stammt aus realen Transaktionsdaten, aus über 250 abgeschlossenen Einkaufsprojekten und durchgeführten Ausschreibungen über mehr als 100 Warengruppen, anonymisiert und KI-gestützt aufbereitet. Kein Schätzwert, keine Hochrechnung, sondern Ihre realen Preise gegen reale Marktpreise.

Solange dieser Vergleich fehlt, verhandelt jedes Unternehmen gegen ein Bauchgefühl. Und das gilt unabhängig von der Verhandlungsstärke. Ab einem gewissen Punkt steigt der Spielraum nicht mehr, weil das eigene Volumen und die eigene Datenbasis ausgereizt sind.

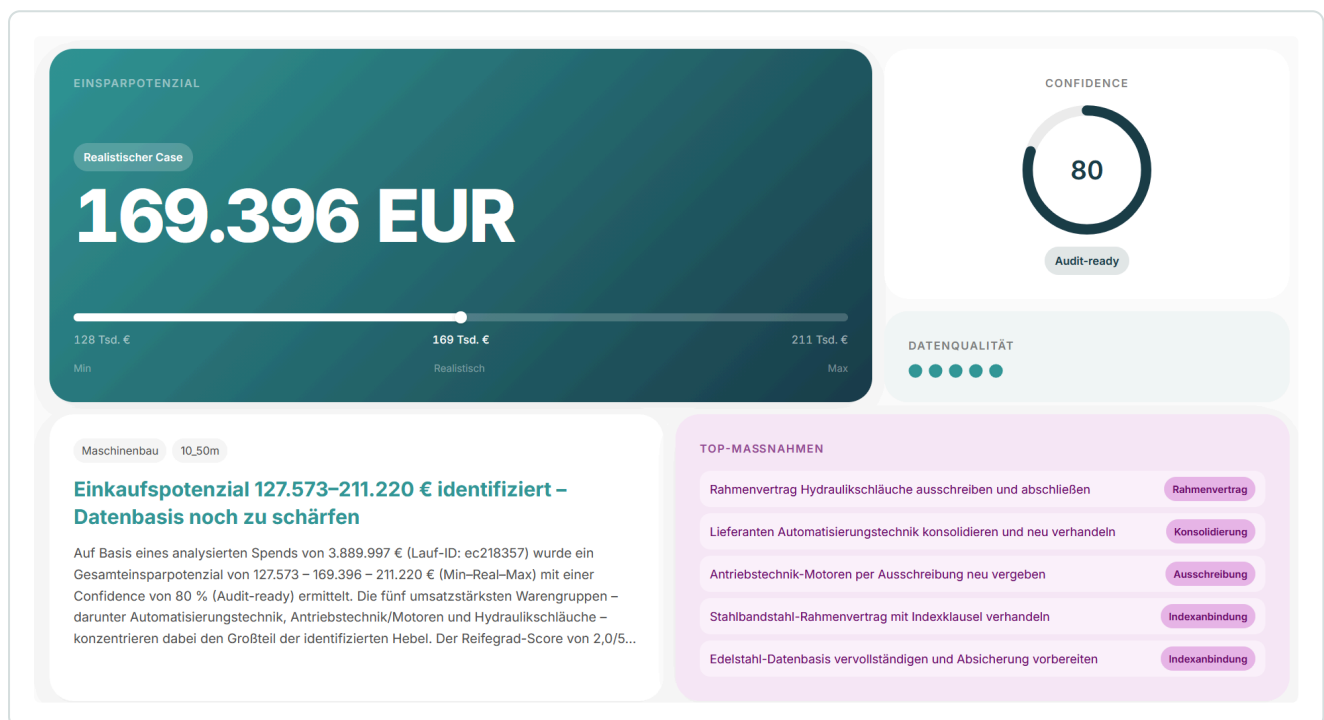


ABB. 1

Einkaufskompass: das identifizierte Einsparpotenzial als belegte Zahl, mit ehrlicher Bandbreite (Min / Real / Max), Confidence-Score und priorisierten Top-Maßnahmen je Warengruppe.

03

PRINZIP DREI

Das Geld versteckt sich an wenigen, immer gleichen Stellen

Das brachliegende Potenzial verteilt sich nicht gleichmäßig. Es sammelt sich an vier Stellen, die wir in nahezu jedem Projekt wiederfinden:

■ C-Teile und indirekter Einkauf.

Der klassische blinde Fleck. Viele kleine Positionen, uneinheitlich benannt, selten strategisch verhandelt. In einem gebündelten C-Teile-Portfolio aus über 4.000 heterogenen Artikeln haben wir rund 12 Prozent Einsparung realisiert.

■ Zeichnungs- und Fertigungsteile.

Der größte Kostenblock vieler Industriebetriebe und zugleich der am schwersten vergleichbare. Hier steckt ein doppeltes Potenzial: der Preis und die Spezifikation. In einem Fall hatten von über 10.000 Zeichnungsteilen nur rund fünf Prozent wirklich hohe Toleranzanforderungen. Der Rest ließ sich mit weniger strengen Vorgaben und damit günstiger beschaffen.

- **Komponenten.**

Motoren, Getriebe, Sensoren, Elektronik. Produkte, die andere Betriebe in vergleichbarer Menge einkaufen und bei denen der Marktvergleich sehr gut greift.

- **Die Preisdrift über die Zeit.**

Ein einmal gut verhandelter Preis bleibt nicht gut. Ohne laufende Beobachtung wandert er zurück nach oben, weil niemand mehr hinschaut.

Wer den größten Hebel bewegt, bewegt die meiste Masse.

Deshalb beginnt eine seriöse Analyse nicht beim lautesten Thema, sondern dort, wo in Euro am meisten liegt.

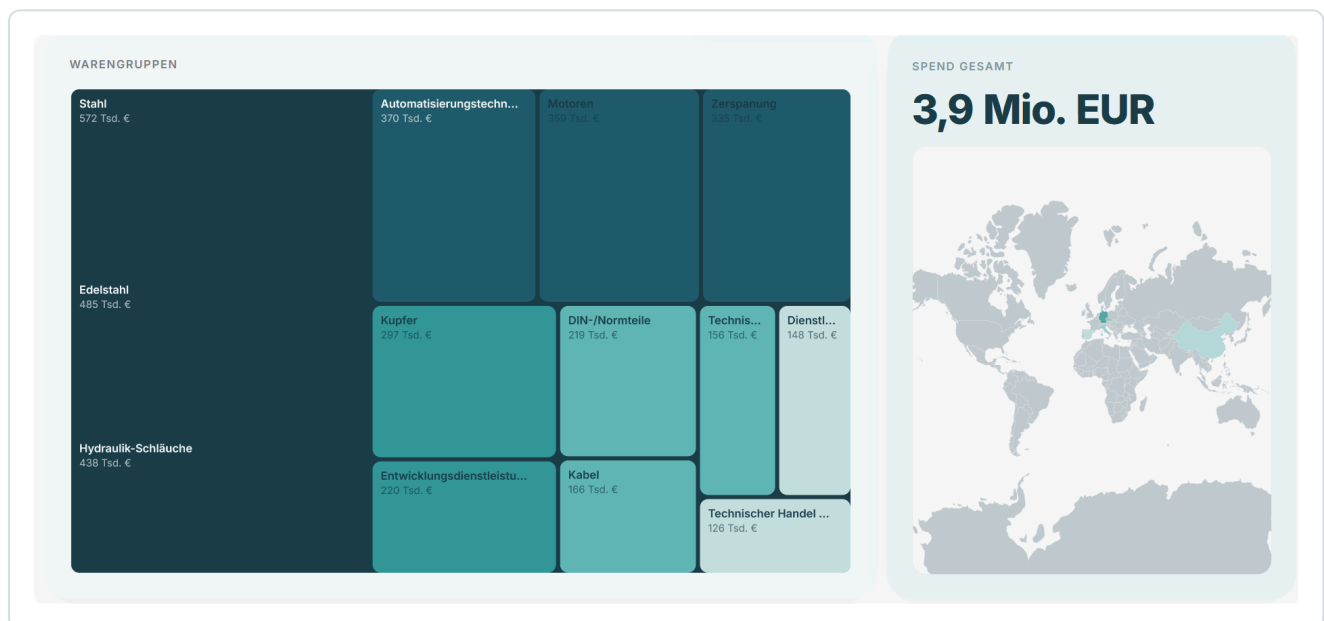


ABB. 2

Das gesamte Einkaufsvolumen auf einen Blick, aufgeschlüsselt nach Warengruppe. Die Größe jeder Fläche entspricht dem Spend. So wird sofort sichtbar, wo der größte Hebel liegt.

04

PRINZIP VIER

Der firmenübergreifende Vergleich ist erst seit Kurzem praktikabel

Die Idee ist nicht neu. Neu ist, dass sie im Mittelstand funktioniert.

Der Engpass war immer die Datenarbeit. Bestelldaten aus verschiedenen Systemen, uneinheitliche Bezeichnungen, hunderttausende Positionen. Diese Masse von Hand vergleichbar zu machen, kostete früher eigene Datenteams und viele Wochen in Excel. Das rechnete sich nur für die ganz Großen.

Genau diese Arbeit übernimmt heute KI. Sie ordnet unstrukturierte Positionen zu, macht sie vergleichbar und legt sie gegen den Datenbestand aus hunderten Projekten. Was Wochen dauerte, dauert Stunden. Und

was dem Konzern vorbehalten war, wird für den Mittelstand zugänglich.

Wichtig dabei: Die Zahlen bleiben belastbar. Überall dort, wo gerechnet wird, arbeiten die Systeme reproduzierbar, gleiche Daten führen zu gleichen Ergebnissen. Und bevor ein Ergebnis das Haus verlässt, prüft ein erfahrener Mensch es gegen. Es geht nicht um bunte Dashboards, sondern um Substanz, die einer internen Prüfung standhält.

05

PRINZIP FÜNF

Ihr Risiko ist strukturell begrenzt, nicht nur behauptet

Tools analysieren, Berater verschwinden. Synprocure setzt um und bleibt.

Hinter diesem Satz steht für Sie als kaufmännische Leitung vor allem eine Frage: Wo liegt das finanzielle Risiko, wenn ich mich auf ein Modell einlasse, das ich noch nicht kenne? Die Antwort liegt in der Vertragsstruktur selbst:

- **Der Einstieg ist ein Festpreis-Produkt.**

Der Einkaufskompass kostet 5.000 Euro und liefert innerhalb einer Woche ein dokumentiertes, warengruppenscharfes Potenzial, unabhängig davon, ob Sie danach weiterarbeiten. Ihr maximales Risiko in dieser Phase ist damit von Anfang an bekannt und gedeckelt.

- **Die Umsetzung ist erfolgsabhängig, nicht vorschusspflichtig.**

Vergütet wird ausschließlich ein Anteil der Einsparung, die Position für Position gegen Ihren dokumentierten Ausgangspreis nachgewiesen und von Ihnen bestätigt wird, bevor sie zählt. Kein Ergebnis, keine Rechnung.

- **Das Umsetzungsrisiko liegt bei uns, nicht bei Ihnen.**

Weil unsere Vergütung an das tatsächliche Ergebnis gekoppelt ist, liegt das wirtschaftliche Risiko der Umsetzung bei uns. Das ist die Konsequenz dieser Vertragslogik, nicht ein Verkaufsversprechen.

- **Sie behalten die Entscheidungs-Hoheit.**

Sie bleiben durchgängig Entscheider. Wir partizipieren nur an Einsparungen, die Sie durch Ihre Entscheidungen auch umsetzen. Ein Beispiel: Sie entscheiden sich für das Angebot Ihres Bestandslieferanten mit einer Einsparung von 50.000 Euro und gegen das eines Alternativlieferanten mit 100.000 Euro Potenzial. Für uns zählen, genau wie für Sie, die 50.000 Euro als Ergebnis, nicht die 100.000 Euro.

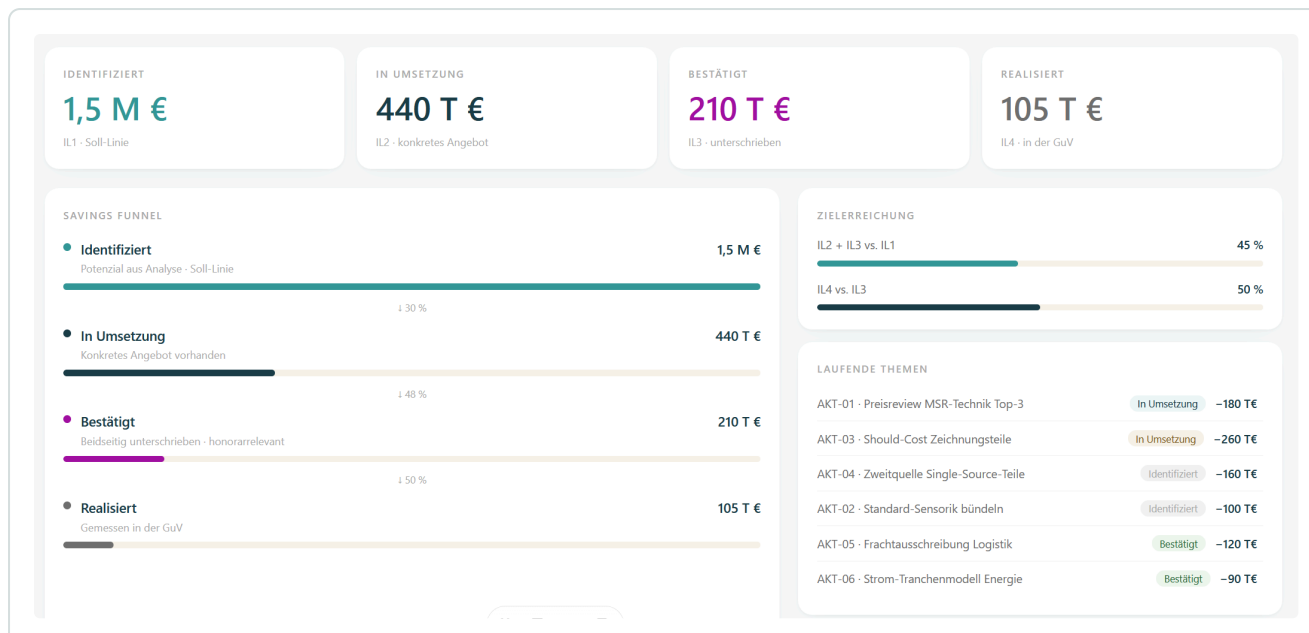


ABB. 3

Von der Analyse bis in die GuV: jede Einsparung durchläuft die Stufen identifiziert, in Umsetzung, bestätigt, realisiert. Honorarrelevant wird erst, was beidseitig unterschrieben und von Ihnen bestätigt ist.

06

PRINZIP SECHS

Jeder gesparte Euro wirkt eins zu eins aufs EBIT

Am Ende zählt für die kaufmännische Leitung nicht die Prozentzahl im Einkauf, sondern ihre Wirkung auf das Ergebnis. Und die ist kompromisslos direkt.

Jeder Euro, der im Einkauf nicht ausgegeben wird, wirkt eins zu eins aufs EBIT. Kein zusätzlicher Umsatz, keine neue Anlage, kein Vertriebsaufbau. Denselben Ergebniseffekt über den Umsatz zu erzielen, verlangt bei zehn Prozent Marge das Zehnfache an zusätzlichem Umsatz. Der schnellste Ergebnishebel liegt darum selten im Vertrieb, sondern in den Einkaufspreisen.

Eine Beispielrechnung, damit das greifbar wird:

Einkaufsvolumen (Ausgangslage)	50 Mio. Euro
Adressierbares Volumen	35 Mio. Euro
Einsparpotenzial (konservativ, 6 Prozent)	2.100.000 Euro
Erfolgshonorar (25 Prozent)	525.000 Euro
Ihr Netto-Ergebniseffekt (EBIT-wirksam)	1.575.000 Euro
Ihr Einsatz vor Ergebnismachweis (Analysephase)	5.000 Euro

Selbst wo die Ausgangslage konservativer angesetzt wird, summiert sich das Ergebnis über das gesamte Einkaufsportfolio bei den meisten Unternehmen dieser Größenordnung auf einen Betrag im mittleren

sechsstelligen bis niedrigen siebenstelligen Bereich pro Jahr. Dieses Ergebnis ist schon da. Es muss nur sichtbar und dann realisiert werden, bei einem vertraglich gedeckelten Anfangsrisiko von 5.000 Euro.

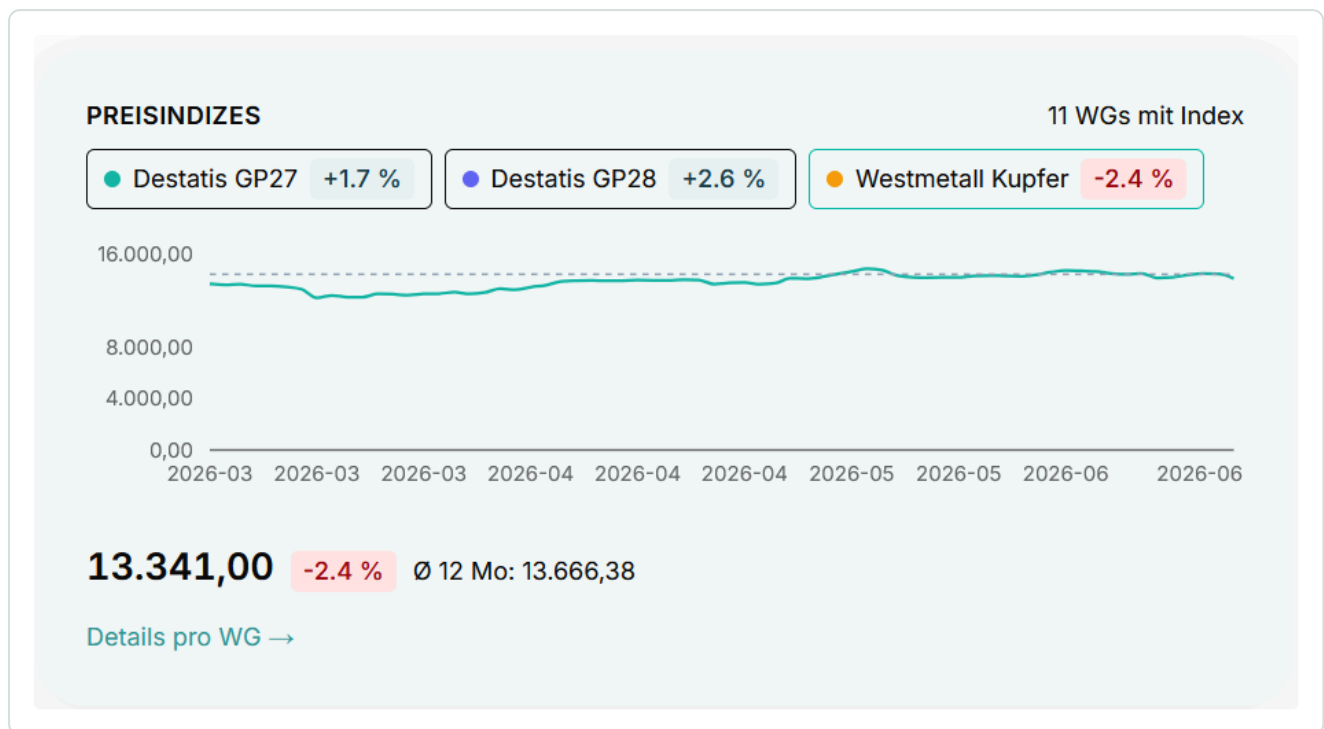


ABB. 4

Preise stehen nie still. Die laufende Kopplung an Marktindizes zeigt, wo ein einmal verhandelter Preis wieder nach oben driftet, bevor er das Ergebnis belastet.

DREI FRAGEN, DIE AN DIESER STELLE FAST IMMER KOMMEN

Wie viel Aufwand ist das für unser Team?

Gering. Rund eine Stunde, um die Bestell- und Kreditorendaten aus dem ERP bereitzustellen. Nach der Datenanalyse durch uns folgt ein gemeinsamer, halbtägiger Workshop mit dem Einkauf, die Konzeptionierung durch uns und die Ergebnisvorstellung.

Was passiert mit unseren sensiblen Preisdaten?

Sie werden anonymisiert verarbeitet. Kein anderes Unternehmen sieht Ihre Preise.

Und wenn bei uns nichts zu holen ist?

Dann sagen wir das ehrlich. Wo eine Warengruppe bereits am Markt liegt oder langfristig gebunden ist, weisen wir das aus, statt ein Potenzial zu behaupten. Auch dann haben Sie Klarheit gewonnen, wo Sie stehen.

WER HINTER SYNPROCURE STEHT

Über 30 Jahre Einkauf. Jetzt mit KI skaliert.

Synprocure wurde von zwei Einkaufsexperten gegründet, die den Mittelstand aus jahrzehntelanger Praxis kennen. Was früher Junior-Teams wochenlang in Excel erledigt haben, orchestrieren sie heute mit KI-Agenten, ohne dass die Erfahrung am Verhandlungstisch verloren geht.



Mario Schmidtgen

CEO & CO-FOUNDER

Rund zwei Jahrzehnte in der klassischen Einkaufsberatung für das produzierende Gewerbe. Hat über 250 Unternehmen in Umsetzungsprojekten begleitet, vom Mittelständler bis zum Konzern. Steht für Substanz statt Slides.



Tobias Maurer

CO-FOUNDER

Verbindet Einkaufspraxis mit KI-Technologie. Sein Leitsatz prägt das Modell: Die meisten Unternehmen haben kein Erkenntnisproblem, sondern ein Umsetzungsproblem. Genau dort setzt Synprocure an.

30+JAHRE EINKAUFS-
EXPERTISE IM TEAM**250+**BEGLEITETE UMSETZUNGS-
PROJEKTE**25+**KI-AGENTEN IM
LAUFENDEN BETRIEB

DER NÄCHSTE SCHRITT

Sie wählen die Warengruppe. Wir zeigen Ihnen die Zahl.

Sie müssen dafür nicht Ihren gesamten Einkauf öffnen. In einem 20-minütigen Erstgespräch zeigen wir Ihnen an einem anonymisierten Beispiel aus Ihrer Branche, wie ein Kompass-Ergebnis aussieht. Danach entscheiden Sie, ob sich ein Blick in Ihre eigenen Zahlen lohnt.

ERSTGESPRÄCH VEREINBAREN

www.synprocure.com

ÜBER 250 EINKAUFSPROJEKTE · ÜBER 100 WARENGRUPPEN IM BENCHMARK · BEKANNT AUS
WIRTSCHAFTSWOCHE UND HANDELSBLATT · VERGÜTUNG ERFOLGSABHÄNGIG



KONTAKT

info@synprocure.com
+49 211 30297053

ANSCHRIFT

Königsallee 92a
40212 Düsseldorf

WEB

www.synprocure.com